



MINISTERIO
DE ASUNTOS EXTERIORES
Y DE COOPERACIÓN



DOI: 10.2436/20.8070.01.3

44

Antropologia e Turismo: A importância da Antropologia nos Cursos Superiores de Turismo em Portugal

Noemi Marujo

Doutorada em Turismo pela Universidade de Évora, Portugal
Directora da Licenciatura em Turismo da Universidade de Évora
Investigadora do Centro de Investigação CEG-Instituto de Geografia e Ordenamento do
Território (IGOT) da Universidade de Lisboa, Portugal
E-mail: noemi@uevora.pt

Resumo

O turismo, na sua complexidade e multiplicidade, afecta as pessoas, os locais e a cultura de uma sociedade. A visão antropológica é insuficiente para compreender a riqueza e a diversidade do fenómeno turístico. No entanto, ela tem dado e continua a dar um contributo fundamental para a análise das práticas turísticas culturais em diferentes sociedades. O presente artigo pretende analisar a importância que a Antropologia assume nos planos curriculares dos Cursos Superiores de Turismo em Portugal.

Palavras-chave: Turismo, Antropologia do Turismo, Educação, Investigação.

1 Introdução

Em Portugal, as características da interdisciplinaridade e multidisciplinaridade têm marcado fortemente a forma como os cursos de turismo são organizados. A utilização da multidisciplinaridade e da interdisciplinaridade nos estudos do turismo é motivada pela formação dos investigadores, mas também pelos conhecimentos e metodologia das diferentes disciplinas que eles empregam na sua investigação (MARUJO, 2013).

O turismo abrange um conjunto de actividades que cruza diversas culturas. Por isso a cultura, na maioria dos casos, constitui um factor importante para o desenvolvimento do turismo e para a captação de turistas e/ou visitantes. De facto, ela é o grande vector que torna possível conhecer as singularidades culturais de uma cidade ou vila. Daí, que os promotores do turismo recorram à cultura para identificar ou ‘vender’ um lugar. Por outro lado, o turismo envolve o contacto com diferentes culturas e, portanto, é necessário um conhecimento mais profundo sobre as consequências da interacção entre as sociedades que geram e recebem turistas (BURNS E HOLDEN, 1995).

Se o turismo provoca impactos culturais (positivos e/ou negativos) nas sociedades, e se o turismo é um fenómeno que se manifesta em diferentes culturas, então, a Antropologia dá um contributo essencial para os estudos do turismo. Note-se que

[...] embora a Antropologia e o turismo estejam historicamente associados às relações do mundo ocidental com as diferenças ou diversidades culturais, é em torno das representações e práticas a respeito destas diferenças que, teórica e politicamente, talvez tenham ocorrido os seus mais importantes encontros e desencontros (OLIVEIRA, 2014, p.59).

A Antropologia estuda as culturas da humanidade como um todo nas suas diversidades históricas e geográficas (LAPLANTINE, 2003). Ou seja, “a Antropologia não é senão um olhar, um certo enfoque que consiste em: a) o estudo do homem inteiro; b) o estudo do homem em todas as sociedades, sob todas as latitudes em todos os seus estados e em todas as épocas” (LAPLANTINE, 2003, p. 9). Assim, se o turismo é um processo que interessa às sociedades e às suas culturas, então, ele está vinculado aos objectivos da Antropologia, que procura compreender e explicar o funcionamento das sociedades humanas (BURNS, 2002).

Em Portugal, a Antropologia do Turismo tem intensificado e integrado os seus conteúdos na formação universitária dos antropólogos (PEREIRO E FERNANDES, 2015). Por outro lado, segundo os autores, a Antropologia tem seguido por um caminho que é o do ensino da antropologia e da antropologia do turismo para licenciados em turismo.

2 Antropologia e Turismo

O turismo, nos dias de hoje, tornou-se um facto social importante em diversas sociedades, mas “os antropólogos foram lentos a reconhecer isso e a colocar o estudo do turismo na agenda antropológica” (NASH, 2001, p. 17). De facto, Nuñez (1992) refere que a investigação tardia da antropologia relativamente ao turismo não se deu pelo facto dos antropólogos estarem inconscientes do papel que o turismo exerce na sociedade moderna ou do impacto que ele provoca sobre as sociedades pré-industriais nas quais eles realizam as suas pesquisas, mas sim devido a factores internos à academia que considerava a temática “pouco apropriada ao debate antropológico” (NUÑEZ, 1992, p. 265).

Para Selwyn (1990, p. 68) o turismo sempre foi “objecto de investigação antropológica”. O turismo “captou a atenção dos antropólogos porque ele, muitas vezes, envolve encontros cara-a-cara entre pessoas de diferentes origens culturais” (STRONZA, 2001, p. 264). Segundo Silva (2004), as abordagens antropológicas do turismo passaram por fases sistematicamente preocupadas com o impacto do turismo de massa sobre as culturas locais; por tentativas de teorização, especialmente, centradas na ideia do turismo como forma de imperialismo ou neocolonialismo e, ainda, por interpretações mais coladas aos universos tradicionais da disciplina como, por exemplo, o dos rituais.

De acordo com Nash e Smith (1991), o estudo do turismo na Antropologia parece ter surgido a partir de uma preocupação antropológica sobre as questões do contacto cultural e das mudanças culturais nas diferentes sociedades. Até à década de 1970, e para alguns autores, poucos antropólogos demonstraram interesse pelo estudo do turismo (Stronza, 2001; Nash, 2001). Apesar do turismo ser relevante para os povos e os lugares que muitos antropólogos investigavam, poucos percebiam-no como um enfoque legítimo de análise (Nash, 2001). Burns (2002) aponta algumas razões para os antropólogos evitarem, no passado, o estudo do turismo:

a) O turismo era visto como uma área de estudo que deveria ser evitado pelos antropólogos. Ou seja, “o estudo do turismo era considerado frívolo, algo não digno da atividade acadêmica” (BURNS, 2002, p. 6). Mas “a Antropologia, como ciência cujo principal objecto de estudo é o homem, não pode deixar de analisar o turismo como actividade humana, por causa de divergências ideológicas” (MELO, 2004, p. 11). E, portanto, se antes era visível uma relação distante entre a Antropologia e o turismo, “hoje...os antropólogos participam cada vez mais numa antropologia do turismo enquanto o mesmo objecto de estudo impregna, em termos gerais, a própria disciplina antropológica” (PEREIRO e FERNANDES, 2015, p. 334). Aliás para Oliveira (2014, p. 60), os antropólogos veem, na actualidade, o turismo como “um importante campo de investigação no mundo contemporâneo, uma vez que a arena turística se constitui, de modo privilegiado, em espaço para a reflexão sobre as diferenças nos processos contemporâneos de trocas económicas e culturais”;

b) As semelhanças entre a viagem do turista e o estudo do antropólogo. Ou seja, "os antropólogos e os turistas parecem ter muito em comum" (STRONZA, 2001, p. 261). Logo, o antropólogo como investigador de campo recusava-se a ser identificado como um turista. Mas, o desejo dos antropólogos em distanciarem-se dos turistas tornava-se complicado porque os membros das comunidades podiam não ter a capacidade de separar em duas categorias as comunidades que os antropólogos estudam e as comunidades que os turistas visitam (BURNS, 2002). Aliás, Crick (1995, p. 207) descreve o antropólogo e o turista como dois actores. Ambos são “viajantes e colectores no espaço do outro”. No entanto, e apesar de alguns reconhecerem que existem semelhanças no comportamento dos antropólogos e turistas, o autor considera que os resultados finais das suas experiências e encontros são completamente diferentes. Ou seja, os turistas no seu regresso a casa descrevem a experiência da sua viagem, mas os antropólogos regressam para “escrever relatórios científicos” (CRICK, 1995, p. 217). De facto, ambos são viajantes e podem partilhar o mesmo lugar, mas o antropólogo permanece muito mais tempo na sociedade que visita. O antropólogo parte para viver e estudar as comunidades. É óbvio que há turistas que manifestam o desejo de observar e aprender. Mas, o método do turista e do antropólogo é diferente. Ou seja, o que distingue o antropólogo do turista é “o seu método: observação sistemática, solitária e prolongada” (AUGÉ, 2010, p. 74);

c) A falta de consciência generalizada da importância sociocultural do turismo. De facto, o turismo exerce um papel sociocultural importante em muitas sociedades. O turismo pode produzir fortes mudanças estruturais numa sociedade e é considerado um agente de mudança social que afecta todos os factores que estão vinculados à cultura das sociedades: normas, valores, ideologias e crenças. Ou seja, “o turismo é um fenómeno que inicia e provoca uma gama extremamente diversificada de experiências humanas e produz profundas transformações socioculturais” (MACLEOD e SELWYN, 2002, p. 27). Mas, o turismo foi concebido inicialmente com características económicas e, portanto, não levava muito em consideração as comunidades anfitriãs do turismo que, de certa forma, são o centro das atenções dos antropólogos. Daí, essa ausência de consciência sobre o significado sociocultural do turismo por parte de alguns antropólogos.

A aplicação da Antropologia no campo turístico está associada, particularmente, ao crescimento do turismo internacional na segunda metade do séc. XX (Holden, 2005). Segundo Nash (2001) e Smith *et al* (2010), os primeiros estudos sérios do turismo realizados pela Antropologia devem-se, especialmente, ao antropólogo Theron Nuñez que, em 1963, no artigo “Tourism, Tradition and Acculturation: Weekendismo in a Mexican Village”, publicado na Revista **Ethnology** descreveu os impactos do turismo. No referido artigo o autor sugere um contexto adicional para o estudo do contacto rural-urbano e da aculturação

(NUÑEZ, 1963). Segundo ele, “o turismo pode ser estudado e compreendido dentro do quadro geral da teoria da aculturação” (NUÑEZ, 1963, p. 347).

Na década de 1970, o livro **Hosts and guests: the anthropology of tourism**, de Valene Smith, publicado em 1977, constitui um marco inicial na antropologia do turismo, pois é “amplamente pensado para estabelecer uma legitimidade para o campo” (NASH, 2007, p. 19). Na época, a preocupação recaía sobre as dinâmicas e/ou consequências das relações entre turistas e anfitriões. Ou seja, com os impactos negativos que esta relação poderia provocar (BARRETTO, 2004). Portanto, a Antropologia procurava estudar as mudanças provocadas pelo desenvolvimento do turismo em comunidades tradicionais ou étnicas. Ou seja, as contribuições da antropologia para os estudos do turismo estavam identificadas com as pesquisas sobre as comunidades receptoras do turismo (OLIVEIRA, 2014).

Em 1980, Valene Smith no artigo, “Anthropology and tourism: a science-industry evaluation”, publicado na **Annals of Tourism Research**, refere que “a antropologia tem importantes contribuições para oferecer ao estudo do turismo, especialmente através de uma abordagem neo-tradicional que inclui a etnografia básica...bem como do modelo de aculturação e da consciência de que o turismo é apenas um elemento na mudança da cultura” (SMITH, 1980, p. 15). Na época, a autora afirmava que o estudo do turismo precisava de ganhar mais conhecimento sobre os detalhes da vida humana, ou seja, sobre os valores e emoções que dizem respeito ao uso do tempo de lazer, sobre as motivações para viajar, sobre os conflitos interpessoais que podem afectar a interacção social, sobre as tradições locais que direccionam o turismo para mercados específicos e, também, sobre as reacções de acolhimento dos anfitriões para com os turistas. Segundo a autora, “este tipo de dados é melhor obtido a partir de uma etnografia geral, descritiva de uma cultura total” (SMITH, 1980, p. 17). A autora considerava que o estudo do turismo ainda estava na sua fase inicial e, portanto, era necessário desenvolver teorias e modelos (que poderiam nascer da Antropologia) para compreender melhor esse fenómeno global (SMITH, 1980).

Dennison Nash, através do artigo “Tourism as an anthropological subject” publicado, em 1981, na Revista **Current Anthropology**, fez uma reflexão sobre o estudo da Antropologia no turismo e concluiu que o estudo antropológico do turismo ainda estava “na sua infância”, mas que já tinha sido feito “um trabalho suficiente” (NASH, 1981, p. 461). Nesse ensaio, o autor faz algumas observações sobre a credibilidade do turismo como um tema de estudo para o campo antropológico, e realça que os antropólogos evitavam a análise do turismo, essencialmente, por quatro razões: Em primeiro lugar, os antropólogos tendiam a pensar em si mesmos como investigadores de campo intrépidos e, por isso, não queriam ser identificados de nenhuma forma com os turistas. Segundo, o sujeito podia evocar uma área frívola da cultura (diversão) que eles queriam evitar. Terceiro, o turismo podia ser pensado como um fenómeno moderno, um modo de vida que só recentemente adquiriu legitimidade antropológica. Finalmente, os antropólogos podiam não estar cientes da importância do turismo e das suas consequências, particularmente, naquelas sociedades em que eles costumavam realizar os seus estudos (NASH, 1981).

Nash (1981, p. 462) refere que o turismo envolve viagens e, portanto, o encontro entre culturas e as transações sociais envolvidas podem oferecer “a chave para a compreensão antropológica do turismo”. O autor considerava que “o turismo é um assunto legítimo para a investigação antropológica” (NASH, 1981, p. 461) e, por isso, os antropólogos deviam estudar o turismo pelas seguintes razões: o turismo envolve o contacto entre culturas e subculturas (uma área de preocupação para o número crescente de antropólogos que exercem investigações sobre a aculturação ou desenvolvimento); o turismo é disseminado na sociedade humana e é identificável em todos os níveis de complexidade humana; o turismo contribui para a transformação do território. Para este autor “o antropólogo pode ver frutuosamente o

turismo como o resultado da intersecção das histórias de duas ou mais culturas ou subculturas” (NASH, 1981, p. 463).

Nelson Graburn no seu artigo “The Anthropology of Tourism” publicado, em 1983, na **Annals Tourism of Research** refere que a Antropologia do Turismo era um campo recente no desenvolvimento dos estudos turísticos e que a atenção dos investigadores dirigia-se essencialmente para dois temas: O primeiro estava relacionado com o estudo dos turistas e da natureza do próprio turismo. O segundo estava associado ao estudo do impacto social, económico e cultural do turismo sobre as populações e a sociedade de acolhimento, incluindo a natureza da relação turista/anfitrião. Para este autor, os antropólogos deveriam alargar o seu horizonte de pesquisa em diversas direcções: a) Realizar estudos comparativos de turistas de diferentes culturas nacionais e de classe para ser capaz de explicar as formas específicas de turismo em relação à cultura mental dos grupos sociais e, ainda, para a construção de uma melhor compreensão das mudanças, convergências e evolução do turismo; b) Estudar a importância da interação entre o desenvolvimento institucional e a cultura turística, incluindo os problemas de autenticidade; c) Realizar estudos de desenvolvimento ou biográficos onde fosse possível expor as relações entre uma visão do mundo e as experiências turísticas dentro do ciclo de vida sociopsicológico do indivíduo (GRABURN, 1983).

2.1- Contributo e campos de investigação da Antropologia para o turismo

Para alguns autores, os antropólogos podem oferecer grandes contributos para o estudo do turismo (NASH, 2001; BARRETTO, 2003; WALLACE, 2009; PINTO E PEREIRO, 2010) e, portanto,

[...] os antropólogos não podem evitar mais o estudo do turismo. (...) Eles sabem como as culturas e os sistemas funcionam; eles entendem que as comunidades e regiões oferecem múltiplas interpretações de forma ‘correcta’ para representar a herança ou para produzir uma atracção turística; e eles sabem que as ideias e comportamentos são amplamente difundidos como consequências tanto intencionais como não intencionais do contacto entre culturas, sociedades e comunidades” (WALLACE, 2009, p. 22).

Crick (1989) identificou três correntes de investigação na Antropologia do Turismo: a) Uma visão amplamente político-económica do turismo internacional, incluindo a questão do desenvolvimento; b) A relação do turismo com os significados, motivos e papéis. Sublinhe-se que esta corrente está relacionada com o estudo dos signos e dos símbolos. Ou seja, é o estudo do significado e relações entre uma imagem ou símbolo (significante) e o conceito ligado com ele (significado) que é formado pela denotação e conotação de determinada imagem pela sociedade (BURNS, 2002); c) As imagens do turismo como uma força na mudança sociocultural: está relacionada com a mercantilização do local e da cultura, com as consequências culturais que os turistas e/ou visitantes podem provocar e, ainda, com a questão da procura pela autenticidade.

Segundo Selwyn (1990, p. 68) há três principais quadros de referência onde a Antropologia do Turismo tem sido realizada. A primeira, que vê o turismo como uma “jornada sagrada,” tem-se preocupado, essencialmente, em compreender e interpretar as motivações e experiências turísticas. A segunda, procura analisar “a contribuição do turismo para o desenvolvimento económico”, sobretudo, em países menos desenvolvidos e em regiões periféricas europeias. A terceira contém elementos dos dois primeiros em que há uma

preocupação em analisar o “lugar do turismo” na relação mundial entre os países ricos e pobres.

Nash (2001) reconheceu três perspectivas básicas do turismo nos estudos antropológicos: a) O turismo como aculturação: análise dos efeitos do turismo nas sociedades receptoras; b) Experiência subjectiva do turismo: reflexão centrada no turista como o actor fundamental dos processos turísticos; c) turismo como super-estrutura: pensar o turismo como revelador de aspectos culturais relacionados com a sociedade da origem do turista. Por outro lado, Burns (2002) refere que a Antropologia pode trazer ao turismo: um enfoque holístico que leva em consideração os factores sociais, ambientais e económicos, bem como as ligações entre os três; a procura de um nível mais profundo de análise sobre aquilo que causa o turismo; a sua característica comparativa que permite o estudo de uma variedade de fenómenos em diferentes localidades com o objectivo de identificar tendências comuns. Para este autor, actualmente, “a Antropologia e o turismo, como um campo de conhecimento, apresentam uma sinergia óbvia: ambos tentam identificar e entender a cultura e a dinâmica humana” (BURNS, 2002, p. 92). Refira-se que nas formas de interacção entre o turismo e a Antropologia um aspecto que se destaca é, especialmente, as questões teórico-metodológicas na construção e descoberta de novos objectos de estudo (Oliveira, 2014). O autor considera que

[...] do lado da Antropologia, há a descoberta de um novo campo de investigação ou de uma nova dimensão dos seus objectos de estudo, surgida diante do crescimento mundial do fenómeno turístico ou mesmo da conseqüente inserção do turismo no mercado académico de áreas de conhecimento” (OLIVEIRA, 2014, p. 59).

Simonicca (2007) realça que há quatro campos essenciais da Antropologia do Turismo: a) Política Económica: a relação entre a política económica e o papel desempenhado pelo turismo no processo de desenvolvimento local; b) Mudança Cultural: analisa as modalidades particulares que se geram nos lugares onde a mudança cultural apresenta condições evidentes de visibilidade. Por um lado, analisa os impactos sobre os lugares e os residentes e, por outro, a experiência dos visitantes; c) Etnografia Semiótica: procura traçar a trajetória através da qual o turismo se transforma num movimento de objectos e ideias capaz de produzir fluxos de imagens e olhares por meio dos intercâmbios recíprocos entre *os insiders e outsiders*; d) Actividade Cognitiva do Encontro: como no encontro turístico se geram protocolos de observação, crenças e conhecimentos.

Pérez (2009) sublinha que os contributos da antropologia para o estudo do turismo baseiam-se, principalmente, em três tipos. O primeiro está relacionado com a questão metodológica, que distingue a antropologia de outras disciplinas, e que se traduz no trabalho de campo e no método comparativo. Segundo o autor,

[...] Tem como base a observação participante e a convivência intensiva com os grupos humanos estudados para tentar interpretar e compreender empaticamente os problemas socioculturais abordados. A natureza comparativa e holística da antropologia descreve e interpreta as diferenças e semelhanças entre culturas, assim como as relações entre elas” (PÉREZ, 2009, p. 6).

Sublinhe-se que no turismo, a observação participante permite realizar registos de acontecimentos, atitudes e comportamentos, no seu contexto próprio, sem modificar a sua naturalidade (MARUJO, 2012). O segundo contributo é teórico-conceitual, em que, na

perspectiva do relativismo cultural, é privilegiada uma abordagem holística e qualitativa do turismo, e onde se procura compreender os significados que os actores sociais atribuem às suas acções. O terceiro contributo está relacionado com todo o conjunto de etnografias que ajudam a perceber a complexidade do fenómeno turístico. De facto, a antropologia oferece contribuições importantes para o estudo do turismo, especialmente, através da etnografia (SMITH, 1992). “O objectivo destas etnografias é interpretar o papel do turismo (o papel do turismo na reinvenção e produção da cultura) e ajudar a melhor lidar com os impactos turísticos, exercitando, assim, a aplicabilidade da antropologia” (PÉREZ, 2009, p.6).

Segundo Leite e Graburn (2009) os antropólogos, na actualidade, aproximam-se do turismo para estudarem uma ampla gama de interesses antropológicos contemporâneos: discurso, etnia, identidade, política local e global, desenvolvimento, desigualdade social, género, cultura material, globalização, experiência vivida, representação e mercantilização da cultura. Smith *et al* (2010, p. 5) realçam que “a Antropologia do Turismo oferece uma visão sobre as dimensões socioculturais do turismo, tais como os comportamentos das sociedades e culturas”. Para alguns autores, a contribuição principal da Antropologia para os estudos do turismo reside, essencialmente,

[...] na conjugação da descrição etnográfica com uma abordagem teórica compreensiva, o que permite delinear um modelo metodológico totalizador do sistema turístico com vistas a superar as visões redutoras que confinam suas múltiplas dimensões e consequências em cunhos limitados como sector, indústria ou negócio” (PINTO e PEREIRO, 2010, p. 225).

2.1.1 O objecto de estudo da Antropologia do Turismo

Silva (2004, p. 7) sublinha que a Antropologia do Turismo “oferece terrenos privilegiados para a reafirmação da especificidade da Antropologia sem recusar o desafio das formas culturais emergentes na contemporaneidade nem deprimir a disciplina face a supostas ameaças da transdisciplinaridade”. Segundo Simonicca (2007, p. 28), “a Antropologia do Turismo tem como objecto de análise o encontro que se produz na relação de aceitação mútua entre o turista e o anfitrião dentro de um espaço antrópico e natural e específico”. Para o autor, a mobilidade humana que se origina em tal contexto manifesta-se de várias maneiras nas fronteiras culturais e, por outro lado, revela graus distintos de conflitos identitários em relação aos sujeitos implicados. O autor enfatiza, ainda, que um dos dilemas mais importantes da Antropologia do Turismo está no facto em saber se o antropólogo deve estudar o turismo somente depois de ter investigado a cultura da qual faz parte, concebendo o turismo como uma dimensão de um nicho específico dentro das coordenadas complexas de um grupo social ou se deve realizar uma abstracção *sui generis* sobre a cultura do turismo (SIMONICCA, 2007).

Barretto (2003) realça que o estudo da antropologia no turismo procura compreender os processos de hibridação cultural, ou seja, como as culturas visitadas reagem de forma diferente aos turistas e visitantes em função da sua história, bem como os intercâmbios e as relações que se estabelecem entre turistas e anfitriões. Segundo esta antropóloga, “os estudos da antropologia estão, na actualidade, preocupados com os impactos de certas formas de turismo, especialmente o cultural e o étnico, e com a descaracterização e comercialização das culturas que estes provocam” (BARRETTO, 2003, p.18).

Santana (1997) realça que os sujeitos do estudo antropológico do turismo compõem o conjunto daqueles indivíduos que desempenham algum papel ou são afectados no ou pelo

cenário turístico. Pinto e Pereiro (2010) sublinham que as implicações teóricas oriundas dos estudos antropológicos sobre o turismo apontam para uma perspectiva inter, multi e transdisciplinar. Para estes autores a Antropologia do Turismo, especialmente do ponto de vista do método,

[...] procura abordar o seu objecto desde uma perspectiva sistémica e processual, tendo como principal ferramenta de campo a descrição etnográfica baseada na observação participante, fixando-se como elementos básicos das unidades de estudo os lugares, os actores sociais e os eventos significativos para a investigação” (PINTO e PEREIRO, 2010, p. 452-453).

3 A Antropologia do Turismo em Portugal: contributo teórico

Os caminhos da Antropologia do Turismo em Portugal foram marcados pela investigação, a docência e a inserção profissional (Pereiro e Fernandes, 2015). Os autores realçam que a Antropologia do Turismo em Portugal, nas suas origens, centrava a sua atenção nos encontros entre turistas e anfitriões, nas problemáticas dos impactos e, ainda, na relação do turismo com os processos de patrimonialização. Segundo estes autores,

[...] A Antropologia do Turismo em Portugal não existe enquanto subdisciplina organizada e estruturada; existe sim, um conjunto de antropólogos que aborda problemas do campo turístico, umas vezes de modo central e, outras, as mais das vezes, enquanto elemento semiperiférico ou periférico das investigações” (PEREIRO e FERNANDES, 2015, p. 339).

Pereiro e Fernandes (2015) referem que no campo turístico, os trabalhos dos antropólogos estão protagonizados essencialmente

[...] por académicos que seguem modelos de análise em uso na antropologia internacional (aculturação, impactos, encontros turistas – recetores, mestiçagem, hospitalidade, o turismo como espelho social, o turismo como mobilidade transnacional, o turismo como forma de representação do outro, etc.) e muitos deles procedem do campo da antropologia do património patrimonial” (PEREIRO e FERNANDES, 2015, p. 339).

Em Portugal, Francisco Ramos foi um dos primeiros antropólogos portugueses que dirigiu a sua reflexão teórica para a Antropologia do Turismo. No seu livro **Textos Antropológicos**, publicado em 1996, o autor escreveu um texto intitulado “Para uma Antropologia do Turismo”, onde espelha claramente uma preocupação pelas questões antropológicas do turismo. O autor refere que o carácter complexo e multifacetado do fenómeno turístico afecta os estilos de vida e padrões das populações hospedeiras e visitantes, altera o ambiente físico, espacial e funcional das localidades e, também, fomenta a aculturação (RAMOS, 1996). Para este antropólogo o turismo é, nas sociedades actuais, o grande veículo do contacto de culturas, o elo potencial da ligação com estrangeiros, forasteiros, hóspedes e estrangeiros e, por isso, “o turismo mediatiza o processo etno-antropológico da hospitalidade, da anulação etnocêntrica, do relativismo cultural, da afirmação plena do homem” (RAMOS, 1996, p. 84). Segundo o autor, a Antropologia Aplicada tem um grande

campo de actuação na definição, concepção e implementação de projectos de desenvolvimento que integram as práticas do turismo (RAMOS, 1996). O autor refere, ainda, que no âmbito antropológico do estudo do turismo se verificava duas abordagens essenciais: A primeira concentrava-se e, questões económicas onde abordava a questão da mudança, do desenvolvimento e da modernização que, segundo o autor, recebia “da literatura antropológica uma crítica sistematicamente negativa”. A segunda centrava-se nas dimensões culturais do turismo e encara-o não apenas como “instrumento de destruição, mas como um potencial factor de criação” (RAMOS, 1996, p. 90).

Outra antropóloga que contribuiu fortemente para as questões teóricas e reflexivas da Antropologia do Turismo foi Maria Cardeira da Silva que, no livro **Outros Trópicos. Novos destinos turísticos. Novos terrenos da Antropologia**, publicado em 2004, demonstra a importância da Antropologia nos estudos do turismo. Para esta antropóloga, a Antropologia do Turismo “oferece terrenos privilegiados para a reafirmação da especificidade da Antropologia sem recusar o desafio das formas culturais emergentes na contemporaneidade nem deprimir a disciplina face a supostas ameaças da transdisciplinaridade” (SILVA, 2004, p. 7). Segundo a autora,

[...] o que é estimulante no turismo é tomar os seus terrenos como campos laboratoriais estrategicamente interessantes para a antropologia onde ela deve, e pode, afirmar a sua especificidade, recorrendo, justamente, a uma delimitação artificial de um lugar – que não é empreendida por ela: ‘os lugares turísticos’ – e que pode explorar com um *know-how* específico de atribuição de voz ao local e de enquadramento mais vasto no seu quadro de produção social” (SILVA, 2004, p. 11).

Para Silva (2004), reencontrando o lugar, a Antropologia fica mais livre para se debruçar sobre temáticas como, por exemplo, o género ou a etnicidade impulsionados pelo turismo, “sem a névoa de fundo de uma cultura desterritorializada” (SILVA, 2004, p.11).

Xerardo Pereiro Pérez é outro dos antropólogos que tem dedicado a sua investigação e reflexão à temática da Antropologia do Turismo. No seu livro **Turismo Cultural – uma visão Antropológica**, publicado, em 2009, o autor refere que a Antropologia pensa o turismo a partir de quatro perspectivas: a) o turismo como intercâmbio sociocultural; b) o turismo como experiência ritual moderna; c) o turismo como prática de consumo diferencial; d) o turismo como instrumento de poder político-ideológico (PÉREZ, 2009).

3 A antropologia na educação superior de turismo em Portugal: estudo exploratório

O presente artigo, como já foi referido anteriormente, pretende analisar a importância da Antropologia na estrutura dos planos curriculares dos cursos superiores de turismo e/ou suas áreas afins (hotelaria, ecoturismo, animação, gestão turística, etc.) nas instituições de ensino públicas e privadas em Portugal. O estudo teve como principal enfoque as Licenciaturas que oferecem a Antropologia como unidade curricular obrigatória.

No sentido de delimitar a simplificação da temática em estudo e obter uma maior familiarização com o assunto, optou-se por realizar uma pesquisa exploratória. Trata-se de uma técnica que tem como objectivo desenvolver, esclarecer conceitos ou ideias. A pesquisa exploratória pretende proporcionar uma visão geral sobre um determinado facto, sobretudo, quando existe pouca informação ou dados sobre o fenómeno a ser estudado (JENNINGS, 2010). Assim, e com o intuito de concretizar o objetivo do presente estudo, consultou-se os

Cursos Superiores de Turismo e/ou suas áreas afins em funcionamento, no ano letivo 2014/2015, nas diversas instituições de ensino superior públicas e privadas e, também, o *Site* da Direção Geral de Ensino Superior (DGES). Através do *Site* da DGES (<http://www.dges.mctes.pt/DGES/pt/OfertaFormativa/>) foi possível averiguar o nome do estabelecimento de ensino e do curso em funcionamento. A consulta aos planos curriculares, através, das diferentes instituições do ensino superior permitiu apurar a existência ou não da Antropologia. Seguidamente elaborou-se as seguintes grelhas de análise (Tabela 1 e 2) que certificam a existência ou inexistência da disciplina Antropologia como unidade curricular obrigatória nas diferentes licenciaturas na área do turismo.

Tabela 1 - Cursos Superiores de Turismo (Licenciaturas) nas Instituições Públicas em Portugal

Instituição	Curso	Existência
Universidade do Algarve - Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo	<i>Turismo</i>	x
	<i>Gestão Hoteleira</i>	x
	<i>Informação e Animação Turística</i>	<i>Antropologia do Turismo</i>
Universidade de Aveiro	<i>Turismo</i>	x
Universidade de Coimbra	<i>Turismo, Lazer e Património</i>	<i>Antropologia Social e Cultural</i>
Universidade dos Açores	<i>Turismo</i>	x
Universidade de Évora	<i>Turismo</i>	<i>Antropologia do Turismo</i>
Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro	<i>Turismo</i>	<i>Antropologia e Sociologia do Turismo</i>
Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril	<i>Direção e Gestão Hoteleira</i>	x
	<i>Gestão do Lazer e Animação Turística</i>	x
	<i>Informação Turística</i>	x
	<i>Gestão Turística</i>	x
Instituto Politécnico de Leiria - Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar de Peniche	<i>Gestão de Eventos</i>	<i>Antropologia dos Eventos</i>
	<i>Animação Turística</i>	x
	<i>Turismo</i>	x
	<i>Gestão Turística e Hoteleira</i>	x
	<i>Marketing Turístico</i>	x
Instituto Politécnico de Tomar	<i>Gestão Turística Cultural</i>	<i>Antropologia Cultural e Turismo</i>
Instituto Politécnico de Coimbra – ESEC	<i>Turismo</i>	x
Instituto Politécnico de Coimbra – ESAC	<i>Ecoturismo</i>	x

Instituto Politécnico de Viseu – Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu	<i>Turismo</i>	<i>x</i>
Instituto Politécnico de Viseu – Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Lamego	<i>Gestão Turística Cultural e Patrimonial</i>	<i>x</i>
Instituto Politécnico da Guarda – Escola Superior de Turismo e Hotelaria	<i>Turismo e Lazer</i>	<i>Antropologia do Turismo</i>
	<i>Gestão Hoteleira</i>	<i>x</i>
Instituto Politécnico de Portalegre	<i>Turismo</i>	<i>x</i>
Instituto Politécnico de Beja – Escola Superior de Tecnologia e Gestão	<i>Turismo</i>	<i>x</i>
<i>Instituto Politécnico do Porto - Escola Superior de Estudos Industriais e de Gestão</i>	<i>Gestão e Administração Hoteleira</i>	<i>x</i>
<i>Instituto Politécnico do Porto - Instituto Superior de Contabilidade e Administração</i>	<i>Gestão das Actividades Turísticas</i>	<i>x</i>
Instituto Politécnico do Cávado e do Ave	<i>Gestão de Actividades Turísticas</i>	<i>x</i>
Instituto Politécnico de Bragança	<i>Turismo</i>	<i>x</i>
Instituto Politécnico de Castelo Branco – Escola Superior de Gestão de Idanha-a-Nova	<i>Gestão Hoteleira</i>	<i>x</i>
	<i>Gestão Turística</i>	<i>x</i>
Instituto Politécnico de Viana do Castelo	<i>Turismo</i>	<i>Antropologia das Regiões</i>
Instituto Politécnico de Santarém - Escola Superior de Desporto de Rio Maior	<i>Desporto de Natureza e Turismo Activo</i>	<i>Antropologia e História do Desporto</i>
Total:	Total:	Total: 9

Fonte: Elaboração Própria, a partir do Site da DGES

Tabela 2 - Cursos Superiores de Turismo (Licenciaturas) nas Instituições Privadas em Portugal

Instituição	Curso	Existência
Universidade Europeia	<i>Turismo</i>	<i>x</i>
	<i>Gestão Hoteleira</i>	<i>x</i>
	<i>Gestão do Turismo e Hospitalidade</i>	<i>x</i>
Universidade Católica Portuguesa - Braga	<i>Turismo</i>	<i>x</i>
Universidade Lusíada - Lisboa	<i>Turismo</i>	<i>x</i>
Universidade Lusófona de	<i>Turismo</i>	<i>Sociologia e</i>

Humanidades e Tecnologias - Lisboa		<i>Antropologia do Turismo</i>
Universidade Lusófona do Porto	<i>Turismo e Gestão de Empresas Turísticas</i>	<i>Sociologia e Antropologia do Turismo</i>
Universidade Portucalense Infante D. Henrique	<i>Turismo</i>	<i>x</i>
Instituto Superior D. Afonso III	<i>Gestão Turística</i>	<i>x</i>
	<i>Turismo Sustentável</i>	<i>Antropologia Cultural</i>
Instituto Universitário da Maia	<i>Turismo</i>	<i>Antropologia do Turismo</i>
Instituto Superior de Novas Profissões	<i>Turismo</i>	<i>x</i>
Instituto Superior de Administração e Línguas	<i>Turismo</i>	<i>x</i>
	<i>Organização e Gestão Hoteleira</i>	<i>x</i>
Instituto Superior de Ciências Educativas	<i>Turismo</i>	<i>x</i>
Instituto Superior de Ciências da Administração	<i>Gestão Hoteleira</i>	<i>x</i>
Instituto Superior de Ciências Empresariais e do Turismo	<i>Turismo</i>	<i>x</i>
Instituto Superior de Educação e Ciências	<i>Gestão Hoteleira</i>	<i>x</i>
Instituto Superior Politécnico do Oeste	<i>Gestão de Empresas Turísticas e Hoteleiras</i>	<i>Sociologia e Antropologia do Turismo</i>
Instituto Superior de Tecnologias de Fafe	<i>Turismo</i>	<i>x</i>
Instituto Superior Politécnico de Gaya	<i>Turismo</i>	<i>x</i>
Instituto Superior de Administração e Gestão	<i>Turismo</i>	<i>x</i>
Total: 18	Total: 22	Total: 5

Fonte: Elaboração Própria, a partir do Site da DGES

Na análise à Tabela (1), e dos 34 Cursos de Turismo e/ou Hotelaria em funcionamento nas instituições públicas de ensino superior, verificou-se que a ‘Antropologia’ funciona como disciplina obrigatória somente em nove cursos. A designação ‘Antropologia do Turismo’ aparece de forma exclusiva apenas em três cursos. No ensino superior privado, e dos 22 Cursos de Turismo e/ou Hotelaria em atividade (Tabela 2), aferiu-se que a ‘Antropologia’ surge como disciplina obrigatória em apenas cinco Cursos. A designação ‘Antropologia do Turismo’ aparece unicamente num curso.

Em alguns casos, tanto no público como no privado, a Antropologia surge associada à Sociologia. Esta situação deve-se, essencialmente, ao facto de ambas as disciplinas abordarem algumas temáticas que são comuns como, por exemplo, os efeitos e impactos socioculturais

do turismo, o desenvolvimento do turismo cultural nas sociedades receptoras e o encontro entre turistas e residentes. Tal significa que nos estudos do turismo, “os antropólogos e os sociólogos estão especialmente inclinados a minar o território do outro” (NASH e SMITH, 1991, p. 13). É óbvio que a cooperação entre a Antropologia e a Sociologia nos estudos turísticos tem sido produtiva em algumas temáticas, mas esta aliança também “pode ameaçar e tornar-se demasiado óbvia e redutora” (DANN e PARRINELLO, 2009, p. 18). Note-se que os objectivos gerais e o perfil de saída dos cursos podem determinar a existência ou inexistência da Antropologia nas referidas formações.

Na análise às Tabelas 1 e 2, verificou-se que a Antropologia tem pouca relevância nos Cursos Superiores de Turismo em Portugal. Mas, a Antropologia oferece aos estudantes de turismo um *background* conceitual, uma forma holística de olhar a diversidade turística e, ainda, ferramentas etnográficas para analisar os seus efeitos e consequências (PEREIRO E FERNANDES, 2015). Segundo estes autores, a Antropologia aplicada ao ensino do turismo está capacitada para fornecer uma melhor preparação aos alunos, especialmente, na criação de produtos turístico-culturais, na pesquisa de mercados e sistemas turísticos, na mediação, comunicação e interpretação dos atractivos turísticos, na hospitalidade e acompanhamento dos turistas, e também, na avaliação de políticas e ciclos de desenvolvimento dos destinos (PEREIRO E FERNANDES, 2015).

4 Conclusão

No turismo, o que importa ao olhar antropológico não é unicamente o reconhecimento e registo da diversidade cultural que existe nas práticas turísticas culturais, mas também o significado dos comportamentos que daí resultam como, por exemplo, as experiências humanas e os mecanismos de sociabilidade entre os diversos actores do turismo.

A Antropologia exerce, actualmente, um papel fundamental nos estudos do turismo. Barretto (2001) afirma que uma Antropologia aplicada ao turismo poderá, para além de produzir conhecimento para a ciência, facultar benefícios para os turistas e para os anfitriões se os promotores e organizadores do turismo, ficarem a par dos impactos que a actividade provoca - e ao reflectirem sobre eles -, procurarem alternativas de desenvolvimento harmonioso que permitam atingir o paradigma da sustentabilidade: paradigma económico, social e ambiental. Assim,

[...] a conciliação entre como fazer – o planear – o produto turístico e o olhar sobre o fenómeno social e cultural que se produz no momento em que acontece o consumo deste produto, com o primeiro repensando-se à luz das pesquisas do segundo, seria o resultado de uma antropologia aplicada ao turismo. É um diálogo ainda pendente entre o fazer e o refletir” (BARRETTO, 2001, p. 12).

Sublinhe-se que o fortalecimento de diálogos entre antropólogos e turismólogos pode originar novas possibilidades de construção dos seus discursos, diversificando e complexificando, de ambos os lados, repertórios teóricos, metodológicos e práticos (OLIVEIRA, 2014).

No campo do turismo, a Antropologia faz a diferença tanto pelo seu carácter holístico como pelos desenvolvimentos teóricos, métodos e técnicas utilizadas (TALAVERA *ET AL*, 2014). Segundo estes autores, a Antropologia é uma das disciplinas das ciências sociais mais críticas do turismo, mas também a mais inovadora na investigação turística. Se é verdade que antes esta ciência olhava para o turismo com algum desprezo, hoje ela preocupa-se, cada vez

mais, com os impactos e/ou efeitos que o turismo pode provocar nas diversas sociedades receptoras do turismo. Na actualidade, “o turismo inspira e desafia a própria Antropologia, e igualmente turistifica os seus objectos” (TALAVERA *ET AL*, 2014, p. 168). No entanto, ela não pode reclamar para si o monopólio do estudo do turismo. De facto, a complexidade e abrangência do fenómeno turístico faz com que ele seja objecto de estudo de diversas ciências sociais. Ou seja, o turismo é um fenómeno social, cultural, político e económico que cruza de forma transversal distintos campos disciplinares e, por isso, a sua compreensão realiza-se com o esforço de antropólogos, sociólogos, geógrafos, economistas e psicólogos (SANTANA, 1997).

Conclui-se que a Antropologia do Turismo tem como objecto de estudo a natureza social e cultural do turismo, especialmente, nas sociedades receptoras onde o turismo se desenvolve. A Antropologia tem dado e continua a dar um contributo essencial para a análise das práticas turísticas culturais e, portanto, os Cursos de Turismo devem dedicar uma maior atenção a esta ciência.

5 Referências

AUGÉ, M. **Por uma antropologia da mobilidade**. Maceió: EDUFAL: UNESP, 2010.

BARRETO, M. Introdução. In: BANDUCCI, A. e BARRETTO, M. (Eds), **Turismo e identidade local – uma visão antropológica**. Campinas, São Paulo: Papirus, p. 7-20, 2001.

_____. O imprescindível aporte das ciências sociais para o planejamento e a compreensão do turismo. **Horizontes Antropológicos**. n.20, p.15-29, 2003.

_____. Relações entre visitantes e visitados: um retrospecto dos estudos sócio-antropológicos. **Revista Turismo em Análise**. v.15, n.2, p.133-149, 2004.

BURNS, P. **Turismo e Antropologia: uma introdução**. São Paulo: Chronos, 2002.

BURNS, P.; HOLDEN, A. **Tourism: A new perspective**. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 1995.

BRAVO, R. **Técnicas de investigación social: teoría y ejercicios**. Madrid: Paraninfo, 2009.

CRICK, M. The Anthropologist as Tourist: An Identity in Question. In: LANFANT, M. et al (Eds), **International tourism: identity and change**, London: Sage Publications, p. 205-223, 1995.

DIRECÇÃO GERAL DO ENSINO SUPERIOR (Portugal). Disponível em: <http://www.dges.mctes.pt/DGES/pt/OfertaFormativa/>. Acesso em: jun. 2015.

GRABURN N. The Anthropology of Tourism. **Annals of Tourism Research**. v. 10, p. 9-33, 1983.

HOLDEN, A. **Tourism Studies and the Social Sciences**. New York: Routledge, 2005.

JENNINGS, G. **Tourism research**. 2.^a Ed., Milton: John Wiley & Sons Australia, 2010.

KRIPPENDORFF, K. **Content analysis: an introduction to its methodology**. Thousand Oaks, London: Sage Publications, 2004.

LAPLANTINE, F. **Aprender antropologia**. São Paulo: Brasiliense, 2003.

LEITE, N.; GRABURN, N. Anthropological Interventions in Tourism Studies. In: JAMAL, T.; ROBINSON, M. (Eds), **The Sage Handbook of Tourism Studies**, London: Sage Publications, p.35-64, 2009.

MACLEOD, D.; SELWYN, T. The Scope of the Anthropology of Tourism: A Response to Tom Selwyn, A.T. 17(5). **Anthropology Today**. v. 18, n.2, p. 27, 2002.

MARUJO, N. A Observação Participante na Investigação em Turismo. **TURyDES – Revista de Turismo y Desarrollo**. v. 5, n.13, p.1-10, 2012.

MARUJO, N. Sociologia do Turismo na Educação Superior em Portugal. **Revista Turismo & Sociedade**, v.6, n.3, p.490-507, 2013.

MELO, B. Turismo e Antropologia: uma aproximação possível. **Turismo em Análise**, v. 15, n.1, p. 5-12, 2004.

NASH, D. Tourism as an Anthropological Subject. **Current Anthropology**. v. 22, n.5, p. 461-481, 1981.

NASH, D. **Anthropology of tourism**. Oxford: Pergamon, 2001.

NASH, D. Prologue. In: NASH, D. (Ed.), **The Study of Tourism: Anthropological and Sociological Beginnings**. Amsterdam: Elsevier, p. 1-20, 2007.

NASH, D.; SMITH, V. Anthropology and tourism. **Annals of Tourism Research**. v. 18, p. 12-25, 1991.

NUÑEZ, T. Tourism, Tradition and Acculturation: Weekendismo in a Mexican Village. **Ethnology**, v. 2, n.3, p. 347-352, 1963.

NUÑEZ, T. (1992). Los estudios del turismo dentro de una perspectiva antropológica. In: SMITH, V. (Ed.), **Anfitriones e Invitados: Antropología del turismo**. Madrid: Ediciones Endymion, 1992.

OLIVEIRA, L. Fronteiras e Diálogos Disciplinares: possíveis comunicações e trocas entre os campos de conhecimento da antropologia do turismo. **Revista Iberoamericana de Turismo**

– **RITUR**. v. 4, n.2, p. 54-66, 2014. Disponível em: <<http://www.seer.ufal.br/index.php/ritur/issue/view/140>>. Acesso em: 18 jun. 2015.

PEREIRO, X.; FERNANDES, F. Antropologia e turismo: dos trilhos, atores e espaços à genealogia da turistificação da Antropologia em Portugal. **PASOS - Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**. v. 13, n.2, p. 333-346, 2015.

PEREZ, X. **Turismo cultural. Uma visão antropológica**. El Sauzal (Tenerife. España): ACA y PASOS, RTPC, 2009.

PINTO, R.; PEREIRO, X. Turismo e Antropologia: contribuições para um debate plural. **Revista Turismo & Desenvolvimento**, v. 1, n.13, p.219-226, 2010.

RAMOS, F. **Textos antropológicos**. Monsaraz: ADIM, 1996.

SANTANA, A. **Antropología y turismo. Nuevas hordas, viejas culturas?** Barcelona: Ariel, 1997.

SELWYN, T. Anthropology and tourism. **Tourism Management**. v. 11, n.1, p.68-69

SELWYN, T. An Anthropology of hospitality. In LASHLEY, C.; MORRISON, A. (Eds.). **In search of hospitality: theoretical perspectives and debates**. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2000, p. 18-36.

SILVA, A. A investigação científica e o turismo. **Revista Turismo e Desenvolvimento**. N. v. 1, n.1, p. 9-14, 2004.

SILVA, C. Introdução. Por uma antropologia dos lugares turísticos. In: SILVA, C. (Coord), **Outros Trópicos: novos destinos turísticos. Novos terrenos da Antropologia**. Lisboa: Livros Horizonte, p. 7-18, 2004.

SIMONICCA, A. Conflicto (s) e interpretación: problemas de la antropología del turismo en las sociedades complejas. In: LAGUNAS, D. (Coord.) **Antropología y turismo. Claves culturales y disciplinares**. Mexico: Plaza y Valdés, p.27-46, 2007.

SMITH, M.; MACLEOD, N.; ROBERTSON, M. **Key concepts in tourist studies**. London: Sage Publications, 2010.

SMITH, V. Anthropology and tourism: a science-industry evaluation. **Annals of tourism Research**, v. 7, n.1, p.13-33, 1980.

STRONZA, A. Anthropology of Tourism: Forging New Ground for Ecotourism and Other Alternatives. **Annual Review of Anthropology**. v.30, p. 261-283, 2001.

WALLACE, T. Introduction: tourism, tourists and anthropologist at work. In: WALLACE, T. (Ed.), **Tourism and applied anthropologists: linking theory and practice**. New York: Wiley-Blackwell., p.1-26, 2009.

Anthropology and Tourism: The Importance of Anthropology in the Superior Tourism Courses in Portugal

Abstract

Tourism, in its complexity and multiplicity, affects people, places and culture of a society. The anthropological view is insufficient to understand the richness and diversity of the tourism phenomenon. However, she has made and continues to make a major contribution to the analysis of cultural tourism practices in different societies. This paper analyzes the importance that anthropology assumes in the curricula of the Higher Tourism Courses in Portugal.

Keywords: *Tourism, Tourism Anthropology, Education, Research*

Artigo recebido em 11/09/2015 . Aceito para publicação em 27/11/2015.